

## **Analisis Saluran Pemasaran Jeruk Keprok Varietas Gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam**

**Anggi Putri Sefri<sup>1</sup>, Agustina Bidarti<sup>2\*</sup>**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya  
Jalan Palembang-Prabumulih KM 32, Indralaya Ogan Ilir 30682  
Email korespondensi: \*agustinabidarti@unsri.ac.id

Naskah diterima: 22 Mei 2022 Direvisi: 29 Mei 2022 Disetujui terbit: 17 Juni 2022

### **ABSTRAK**

Pagar Alam merupakan dataran tinggi di Sumatera Selatan yang berhasil mengembangkan jeruk gerga dan menjadikannya komoditas unggulan daerah. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan saluran pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam, (2) Menganalisis margin pemasaran, biaya pemasaran, dan keuntungan pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam, (3) Menganalisis tingkat efisiensi setiap saluran pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam pada Januari hingga Februari 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Penarikan contoh sampel petani menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 30 orang, sedangkan lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling* dengan sampel 5 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam memiliki 5 saluran pemasaran jeruk gerga. Setiap saluran pemasaran mempunyai margin, biaya, dan keuntungan pemasaran yang berbeda. Margin terbesar adalah saluran pemasaran 5 yaitu Rp10.100,00/Kg, biaya pemasaran terbesar adalah saluran pemasaran 2 yaitu Rp2.429,00/Kg, serta keuntungan terbesar adalah saluran pemasaran 5 yaitu Rp8.995,00/Kg. Dari seluruh saluran pemasaran yang ada, saluran pemasaran 4 merupakan yang paling efisien dengan *farmer's share* sebesar 62,50% dan persentase margin pemasaran sebesar 37,50%.

**Kata kunci:** jeruk gerga, saluran pemasaran, efisiensi pemasaran.

### **ABSTRACT**

*Pagar Alam is a highland in South Sumatra which has succeeded in developing gerga oranges and turning them into a regional superior commodity. The objectives of this research are: (1) Identify and describe the marketing channels of gerga oranges in Agung Lawangan Subdistrict Dempo Utara District Pagar Alam City, (2) Analyze marketing margins, marketing costs, and marketing profits of gerga oranges in Agung Lawangan Subdistrict Dempo Utara District Pagar Alam City, (3) Analyze the efficiency level of each marketing channel of gerga oranges in Agung Lawangan Subdistrict Dempo Utara District Pagar Alam City. This research was conducted in Agung Lawangan Subdistrict Dempo Utara District Pagar Alam City from January to February 2022. The research method used was a survey method. The sampling of farmers using purposive sampling method with a sample of 30 people, while the marketing agency using snowball sampling method with a sample of 5 people. The results of this research indicate that in Agung Lawangan Subdistrict Dempo Utara District Pagar Alam City there are 5 marketing channels of gerga oranges. Each marketing channel has different marketing margins, costs, and profits. The biggest margin is marketing channel 5 with Rp10.100,00/Kg, the biggest marketing cost is marketing channel 2 with Rp2.429,00/Kg, and the biggest marketing profit is marketing channel 5 with Rp8.995,00/Kg. Of all existing marketing channels, marketing channel 4 is the most efficient with farmer's share 62,50% and the percentage of marketing margin is 37,50%.*

**Keywords:** gerga oranges, marketing channel, marketing efficiency.

### **PENDAHULUAN**

Buah-buahan merupakan salah satu makanan yang digemari masyarakat. Rasanya yang enak dan manis, ditambah mempunyai berbagai manfaat, membuat produk ini layak

dibudidayakan. Tanaman penghasil buah adalah tanaman yang ditanam dengan tujuan menghasilkan buah yang dapat dijadikan sebagai bahan utama maupun pelengkap, dikonsumsi dalam keadaan segar, dan mengandung sumber vitamin dan protein. Sehingga tanaman buah merupakan kebutuhan primer manusia yang mempunyai manfaat untuk menunjang kehidupan sehari-hari (Ziraluo dan Duha, 2020).

Salah satu produk buah-buahan yang memiliki prospek bagus adalah Jeruk. Jeruk mengandung cita rasa yang enak dan gizi tinggi yang diminati oleh konsumen (Nurfadilah, 2017). Jeruk selalu dikaitkan dengan vitamin C. Kandungan vitamin C dalam jeruk amat banyak dibandingkan pada buah sitrus lainnya. Tidak hanya vitamin C, jeruk juga mengandung vitamin B1, folat, serat, dan antioksidan.

Jeruk Rimau Gerga Lebong (RGL) atau lebih dikenal dengan Jeruk Gerga merupakan jeruk yang dikembangkan di Provinsi Bengkulu dan menjadi komoditas unggulan Kabupaten Lebong. Buah ini memiliki kandungan air yang tinggi, dengan warna kuning menggoda dan rasa manis asam membuat jeruk gerga semakin diminati. Berdasarkan SK No.2087/Kpts/SA.120/6/2012, jeruk gerga ditetapkan sebagai varietas unggul nasional daerah Rimbo Pengadang Kabupaten Lebong, Bengkulu.

Provinsi Sumatera Selatan adalah salah satu provinsi yang dijadikan sebagai lokasi pengembangan komoditas jeruk gerga. Hal ini dilandasi karena provinsi Sumatera Selatan memiliki cukup banyak daerah perbukitan sehingga menjadikannya lokasi terbaik untuk pengembangan jeruk gerga di Indonesia.

Data BPS Sumatera Selatan menyebutkan bahwa jumlah produksi jeruk dalam kuintal di Sumatera Selatan pada 2018 terbanyak adalah jeruk sebesar 36.914. Selanjutnya diikuti oleh jeruk siam atau keprok sebesar 29.679 dan jeruk besar 7.235.

Pagar Alam yang merupakan dataran tinggi di Sumatera Selatan berhasil mengembangkan jeruk gerga. Jeruk gerga Pagar Alam menjadi primadona bagi wisatawan yang berkunjung. Para petani memanfaatkan kebun Jeruk Gerga sebagai objek wisata. Para wisatawan dapat memetik langsung buah ini di kebunnya. Dengan strategi ini, penjualan dan kunjungan wisatawan ke Kebun Jeruk Gerga terus meningkat.

Jeruk gerga dari Kota Pagar Alam menjadi salah satu hasil produksi yang melimpah di kota tersebut. Banyak petani sayur dan kopi yang menambah profesi menjadi petani jeruk gerga, mengingat prospek kedepan sangat baik. Menurut Kepala Seksi Perbenihan Tanaman Hortikultura Dinas Pertanian Kota Pagar Alam, jeruk gerga pertama kali

ditanam pada tahun 2015 seluas 4 Ha di Desa Gunung Agung Pauh, Kelurahan Agung Lawangan, Kecamatan Dempo Utara, Kota Pagar Alam. Seiring berjalannya waktu, jeruk gerga tidak hanya ditanam di Kelurahan Agung Lawangan saja. Akan tetapi, budidaya telah menyebar ke kelurahan sekitarnya seperti Kelurahan Muara Siban dan Kelurahan Pelang Kenidai. Dari data tanaman jeruk gerga Kota Pagar Alam tahun 2020 diketahui bahwa jumlah jeruk gerga di Kota Pagar Alam adalah 18.951 pohon. Adapun 9.006 diantaranya telah menghasilkan 2700,75 kuintal jeruk gerga.

Aspek pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan sangat penting untuk diperhatikan. Mengingat Kelurahan tersebut merupakan sentra produksi salah satu komoditas unggulan daerah. Pemasaran jeruk gerga dari Pagar Alam cukup luas. Dimulai dengan memenuhi permintaan lokal dalam daerah, hingga melakukan pengiriman ke luar daerah, seperti ke Lampung dan Bogor.

Pemasaran yang baik akan menguntungkan semua pihak yang terlibat, mulai dari petani sebagai produsen, lembaga pemasaran, hingga konsumen sebagai tangan terakhir. Dalam memperoleh keuntungan maksimal, pemasaran hasil produksi sebuah usahatani bergantung dengan pola distribusi atau saluran pemasaran (Januwiata dkk., 2014).

Saluran pemasaran adalah sekumpulan pelaku yang terlibat dalam memperlancar kegiatan jual beli dari produsen hingga ke tangan konsumen (Kotler dan Amstrong, 2005). Terdapat beberapa saluran pemasaran jeruk gerga yang ada di Kelurahan Agung Lawangan. Melalui penelitian ini, peneliti akan melihat distribusi margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, dan efisiensi pemasaran setiap saluran. Berdasarkan uraian di atas, peneliti merasa perlu untuk menganalisis saluran pemasaran jeruk keprok varietas gerga di Kelurahan Agung Lawangan, Kecamatan Dempo Utara, Kota Pagar Alam.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*. Dalam hal ini, lokasi yang dipilih oleh peneliti merupakan sentra pertanian. Kelurahan Agung Lawangan adalah daerah penghasil dan pemasaran jeruk gerga di Kota Pagar Alam.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Alsa (2004) menyatakan bahwa penelitian survei adalah prosedur saat peneliti melakukan wawancara menggunakan kuesioner kepada sampel dalam populasi untuk mengumpulkan data. Metode penarikan contoh yang peneliti gunakan untuk menarik sampel petani adalah *purposive sampling*. Metode ini digunakan untuk mencari sampel sesuai kriteria yang dibutuhkan peneliti. Adapun kriteria tersebut adalah petani memiliki atau menggarap luas kebun jeruk gerga minimal 1 ha, melakukan budidaya jeruk gerga yang telah memproduksi buah, dan memasarkan hasil produksinya ke lembaga pemasaran. Peneliti menggunakan 30 sampel petani dalam penelitian ini. Adapun untuk lembaga pemasaran, peneliti menggunakan *snowball sampling*. Teknik ini digunakan untuk mencari sampel hingga informasi yang dibutuhkan dirasa cukup. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan bantuan rekomendasi antar responden. Peneliti menarik sampel 1 pedagang besar, 2 pedagang pengumpul, dan 2 pedagang pengecer.

Tujuan pertama dijawab dengan menganalisis saluran pemasaran secara deskriptif sesuai kondisi yang didapatkan dari wawancara, pengisian kuesioner, dan observasi lapangan.

Tujuan kedua dijawab menggunakan alat analisis margin, biaya, dan keuntungan pemasaran, dengan menghitung besarnya margin, biaya, dan keuntungan pemasaran pada tiap lembaga pemasaran berbagai saluran.

#### a. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen. Untuk menganalisis pemasaran menggunakan harga di tingkat petani sebagai produsen dan harga di tingkat konsumen sesuai rumus sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

$M_p$  = Margin pemasaran jeruk gerga (Rp/Kg)

$P_r$  = Harga jeruk gerga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

$P_f$  = Harga jeruk gerga di tingkat produsen (Rp/Kg)

#### b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan sebuah komoditas dari produsen ke konsumen yang dirumuskan sebagai berikut:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan:

$B_p$  = Biaya pemasaran jeruk gerga (Rp/Kg)

$B_{p1}, B_{p2}, B_{pn}$  = Biaya pemasaran yang dikeluarkan lembaga pemasaran jeruk gerga (Rp/Kg)

### c. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan adalah keuntungan yang diterima oleh setiap rantai pemasaran yang dirumuskan sebagai berikut:

$$K_p = M - B_p$$

Keterangan:

$K_p$  = Keuntungan pemasaran jeruk gerga (Rp/Kg)

$M$  = Marjin pemasaran jeruk gerga (Rp/Kg)

$B_p$  = Biaya pemasaran jeruk gerga (Rp/Kg)

Tujuan ketiga dijawab menggunakan analisis efisiensi ekonomi saluran pemasaran yang dihitung dengan nilai persentase margin pemasaran dan persentase bagian yang diterima produsen atau petani (*farmer's share*). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$M_p = \frac{P_r - P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

$M_p$  = Margin pemasaran jeruk gerga (%)

$P_r$  = Harga jeruk gerga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

$P_f$  = Harga jeruk gerga di tingkat petani (Rp/Kg)

Selanjutnya efisiensi ekonomi dari saluran pemasaran dihitung dengan persentase margin pemasaran yang didapat dari persentase bagian yang diterima petani (*farmer's share*) dengan rumus sebagai berikut:

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

$F_s$  = Bagian yang diterima petani jeruk gerga (%)

$P_r$  = Harga jeruk gerga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga jeruk gerga di tingkat petani (Rp/Kg)

Persentase yang dihasilkan akan menentukan apakah sebuah saluran dapat dikatakan efektif. Jika bagian yang diterima produsen <50% dan margin pemasaran >50% artinya pemasaran inefisien. Jika bagian yang diterima produsen >50% dan margin pemasaran <50% maka saluran pemasaran efisien.

*Trader's share* atau bagian yang diterima lembaga pemasaran juga bisa digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran dengan rumus sebagai berikut:

$$Ski = \frac{Ki}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Keterangan:

Ski = *Share* keuntungan lembaga pemasaran jeruk gerga (%)

Ki = Keuntungan lembaga pemasaran jeruk gerga (Rp/Kg)

Pr = Harga jeruk gerga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga jeruk gerga di tingkat petani (Rp/Kg)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

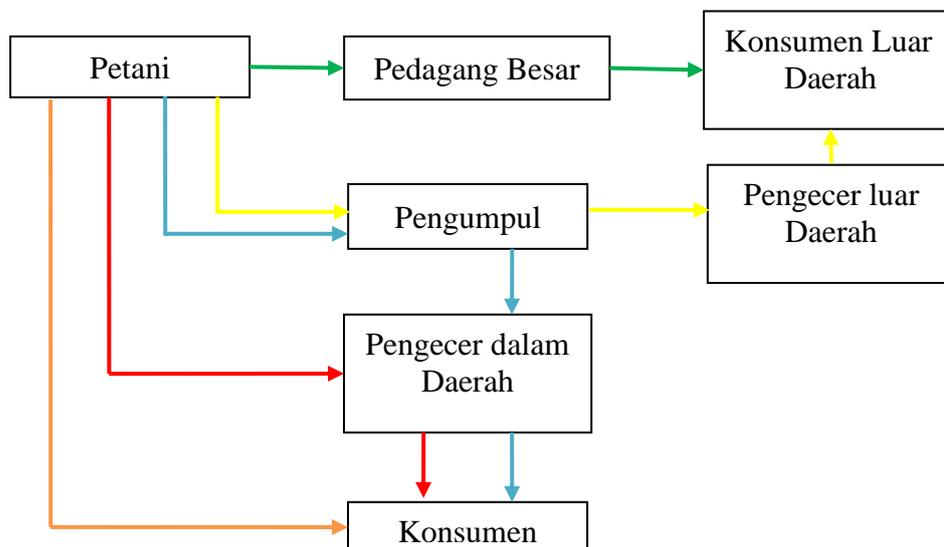
### Pelaku Pemasaran

Pelaku pemasaran jeruk gerga yang berada di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam terdiri dari petani, pedagang besar, pedagang pengumpul, pedagang pengecer luar daerah, pedagang pengecer dalam daerah, dan konsumen. Petani jeruk gerga sebagai produsen adalah pelaku yang menyediakan produk buah segar. Petani menjual produknya kepada lembaga pemasaran seperti pedagang besar, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dalam daerah, serta konsumen. Pedagang besar merupakan pedagang jeruk gerga dari luar Kota Pagar Alam. Pedagang ini berasal dari kota-kota seperti Palembang, Lampung dan Bogor. Pedagang besar membeli jeruk gerga dari petani dengan dengan volume besar sekitar 6-7 ton per musim panen. Pedagang pengumpul adalah pedagang dalam daerah yang mengambil jeruk gerga langsung ke petani. Pedagang pengumpul setiap bulannya akan mengambil 20-30 karung jeruk gerga ke petani, sedangkan jika musim panen akan mengambil 250-300 karung. Satu karungnya bernilai 50 kg. Pedagang pengecer luar daerah mengambil jeruk gerga dari tangan pedagang pengumpul. Pedagang pengecer luar daerah biasanya berasal dari Palembang, Muara Enim, hingga Lahat. Pedagang ini dapat membeli 3 dus

atau sekitar 150 kilogram jeruk gerga per transaksi. Pedagang pengecer dalam daerah adalah pedagang jeruk gerga yang menjajakan dagangannya secara ecer di sepanjang jalan kota Pagar Alam. Pedagang ini biasanya dapat ditemui di daerah Kelurahan Agung Lawangan, Pasar Dempo Permai, dan Simpang Manak Kota Pagar Alam. Pedagang pengecer mengambil jeruk gerga dari kebun-kebun petani atau para pedagang pengumpul. Biasanya pedagang pengecer akan membeli jeruk gerga sekitar 200-300 kilogram per transaksi. Konsumen jeruk gerga adalah rantai terakhir dalam alur pemasaran jeruk gerga. Konsumen berasal dari dalam daerah dan luar daerah seperti wisatawan yang sedang berkunjung ke Kota Pagar Alam.

### Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah proses jatuhnya suatu barang dari tangan produsen hingga ke konsumen yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, didapatkan hasil bahwa saluran pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam memiliki 5 pola. Pola tersebut didapat dari penelusuran jalur pemasaran jeruk gerga dari petani hingga konsumen. Saluran pemasaran jeruk gerga lebih jelas dapat dilihat pada gambar 1. berikut ini.



Keterangan:

- = Saluran Pemasaran 1
- = Saluran Pemasaran 2
- = Saluran Pemasaran 3
- = Saluran Pemasaran 4
- = Saluran Pemasaran 5

### Gambar 1. Skema Saluran Pemasaran Jeruk Gerga

Dalam memilih saluran pemasaran, banyak petani jeruk gerga yang menggunakan beberapa saluran. Secara garis besar, berikut persentase pemilihan saluran pemasaran petani jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan.

Tabel 1. Saluran Pemasaran Jeruk Gerga

No.	Saluran Pemasaran	Jumlah Petani	
		Orang	Persentase (%)
1.	Saluran 4	9	30,00
2.	Saluran 1 dan 5	1	3,33
3.	Saluran 4 dan 5	3	10,00
4.	Saluran 1, 4, dan 5	1	3,33
5.	Saluran 2, 3, dan 4	10	33,33
6.	Saluran 1, 2, 3, dan 4	6	20,00
	Jumlah	30	100,00

Dari Tabel 1. di atas dapat diketahui bahwa saluran pemasaran 2, 3, dan 4 yang memasok ke pedagang pengumpul dan pedagang pengecer adalah saluran paling banyak dipilih petani, yaitu sebesar 33,33%. Cukup banyak petani yang memilih lebih dari satu saluran pemasaran. Akan tetapi, ada 9 orang petani yang hanya memilih satu saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran 4. Hal ini disebabkan oleh petani yang belum mendapatkan informasi mengenai lembaga pemasaran lainnya. Selain itu, hasil produksi kebunnya hanya cukup untuk memasok ke pedagang pengecer atau volume penjualan belum masih sedikit.

#### Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk melihat perbedaan harga jeruk gerga pada tingkat petani dan konsumen. Margin pemasaran melihatkan bedanya harga pada petani dan eceran (Diwalga, 2020). Saat hasil pertanian bisa sampai ke tangan konsumen dengan biaya paling rendah maka pemasaran dapat dinyatakan efisien. Harga yang lebar antara pembayaran konsumen dengan penerimaan petani menyebabkan besar kecilnya tingkat margin pemasaran.

Petani di Kelurahan Agung Lawangan terlibat dalam 5 saluran pemasaran. Saluran pertama dimulai dari petani, pedagang besar, dan konsumen luar daerah. Berikut harga jual, harga beli, dan margin pemasaran pada saluran pemasaran 1.

Tabel 2. Margin Pemasaran Jeruk Gerga Saluran 1

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1.	Petani	-	15.000	-
2.	Pedagang Besar	15.000	25.000	10.000

Pada pola pemasaran 1 dapat dilihat bahwa perbedaan harga antara pedagang besar dan petani adalah Rp10.000,00/kg. Dari pedagang besar ini, jeruk gerga dijual langsung kepada konsumen luar daerah. Selain itu, kemungkinan akan ada perpanjangan lembaga pemasaran yang lainnya. Akan tetapi, karena keterbatasan informasi, peneliti hanya bisa menemukan harga jual pedagang besar yang menjual langsung ke konsumen.

Saluran pemasaran 2 jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan melibatkan petani, pengumpul, pengecer luar daerah, dan konsumen. Margin pemasaran pada saluran ini disajikan pada Tabel 3. dibawah ini.

Tabel 3. Margin Pemasaran Jeruk Gerga Saluran 2

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1.	Petani	-	7.000	-
2.	Pedagang Pengumpul	7.000	13.000	6.000
3.	Pengecer luar Daerah	13.000	16.000	3.000

Saluran pemasaran 2 memiliki total margin pemasaran sebesar Rp9.000,00/kg. Margin pedagang pengumpul lebih besar daripada pengecer luar daerah. Hal ini terjadi karena petani memberi harga rendah kepada pedagang pengumpul yang selalu membeli dalam jumlah banyak hasil produksi petani. Selain itu, pedagang pengumpul juga mematok harga yang lebih tinggi kepada pengecer luar daerah dibandingkan dengan pengecer dalam daerah.

Saluran pemasaran 3 jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan dipasarkan dari petani ke pedagang pengumpul, pengecer dalam daerah, hingga sampai ke tangan konsumen. Tabel 4. dibawah ini merincikan hasil yang diperoleh.

Tabel 4. Margin Pemasaran Jeruk Gerga Saluran 3

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1.	Petani	-	7.000	-
2.	Pedagang Pengumpul	7.000	10.000	3.000
3.	Pengecer dalam Daerah	10.000	15.000	5.000

Total margin saluran pemasaran 3 adalah Rp8.000,00/kg. Margin pengecer dalam daerah lebih besar daripada pedagang pengumpul. Hal ini terjadi karena pedagang pengecer mengambil keuntungan yang lebih besar agar biaya transportasi pengangkutan jeruk gerga ke lokasi pedagang pengumpul tertutupi.

Pada saluran pemasaran 4 jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan melibatkan alur pemasaran jeruk gerga dari petani, pengecer, hingga konsumen. Berikut margin pemasaran pada saluran ini.

Tabel 5. Margin Pemasaran Jeruk Gerga Saluran 4

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1.	Petani	-	12.500	-
2.	Pedagang Pengecer	12.500	20.000	7.500

Saluran pemasaran 4 merupakan saluran pemasaran pendek yang melihatkan margin pemasaran dari pedagang pengecer ke petani sebesar Rp7.500,00/kg. Pada saluran ini, petani menjual jeruk gerga lebih mahal ke pedagang pengecer dibandingkan ke pedagang pengumpul.

Terakhir yaitu saluran pemasaran 5 menunjukkan petani yang langsung memasarkan produknya ke konsumen. Saluran ini merupakan saluran terpendek karena petani langsung memberikannya ke tangan konsumen. Akan tetapi, petani tidak menjajakan hasil panennya di pasar, melainkan konsumen datang langsung ke kebun petani. Berikut margin pemasaran saluran 5 disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Margin Pemasaran Jeruk Gerga Saluran 5

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Pokok (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1.	Petani	12.400	22.500	10.100
2.	Konsumen	-	-	-

Saluran pemasaran 5 menunjukkan margin pemasaran sebesar Rp.10.100,00/kg. Harga jual jeruk gerga untuk para wisatawan di agrowisata jeruk gerga biasanya dihargai Rp20.000,00-25.000,00/kg tergantung kualitas jeruk gerga yang dipanen oleh pembeli dan kebijakan masing-masing pemilik kebun.

### Biaya Pemasaran

Biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam proses penyaluran hasil produksi dari petani hingga konsumen disebut biaya pemasaran. Jika pelaku yang terlibat dalam rantai pemasaran semakin panjang maka akan mengeluarkan biaya-biaya pemasaran yang semakin banyak.

Pada saluran pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan, semua pelaku dalam rantai ini mulai dari petani hingga lembaga pemasaran mengeluarkan biaya

pemasaran. Biaya tersebut biasanya mencakup biaya tenaga kerja, biaya transportasi, biaya pengemasan, hingga biaya penyusutan alat.

Arbi dkk. (2018) menyatakan bahwa beberapa hal seperti skala usaha petani atau pedagang, jumlah tenaga kerja, hingga jarak menjadi faktor dalam menentukan besarnya biaya pemasaran. Berikut Tabel 7. yang memuat biaya yang dikeluarkan masing-masing pelaku pada saluran pemasaran 1.

Tabel 7. Biaya Pemasaran Saluran Pemasaran 1

No.	Lembaga Pemasaran	Komponen Biaya	Jumlah Biaya (Rp/Th)	Jumlah Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1.	Petani	Biaya Tenaga Kerja	9.923.786	827	74,85
		Biaya Penyusutan Alat	2.140.040	178	16,14
		Biaya Pengemasan	1.194.100	100	9,01
		Jumlah	13.257.925	1.105	100,00
2.	Pedagang Besar	Biaya Transportasi	12.000.000	1.000	82,03
		Biaya Pengemasan	2.400.000	200	16,41
		Biaya Penyusutan Alat	228.571	19	1,56
		Jumlah	14.628.571	1.219	100,00

Sumber: Data diolah, 2022.

Dari Tabel 7. dapat dilihat bahwa petani mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp13.257.925,00/tahun dengan volume jeruk gerga sebanyak 12.000 kilogram dan pedagang besar Rp14.628.571,00/tahun. Artinya pedagang besar lebih banyak mengeluarkan biaya pemasaran dibandingkan petani. Hitungan adalah Rp1.219,00/kg untuk pedagang besar, sedangkan petani Rp1.105,00/kg.

Saluran pemasaran 2 melihatkan alur jeruk gerga dari petani ke pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer luar daerah. Dalam perhitungan biaya pemasaran saluran ini hanya sampai pedagang pengumpul. Hal ini karena terdapat keterbatasan informasi mengenai biaya pemasaran pengecer luar daerah. Tabel 8. dibawah ini merincikan biaya pemasaran pada saluran pemasaran 2.

Tabel 8. Biaya Pemasaran Saluran Pemasaran 2

No.	Lembaga Pemasaran	Komponen Biaya	Jumlah Biaya (Rp/Th)	Jumlah Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1.	Petani	Biaya Tenaga Kerja	16.539.644	827	67,87
		Biaya Transportasi	2.274.124	114	9,33
		Biaya Penyusutan Alat	3.566.733	178	14,64
		Biaya Pengemasan	1.990.166	100	8,17
		Jumlah	24.370.666	1.219	100,00
		2.	Pedagang Pengumpul	Biaya Transportasi	20.000.000
Biaya Penyusutan Alat	201.429			10	0,83
Biaya Pengemasan	4.000.000			200	16,53
Jumlah	24.201.429			1.210	100,00

Pada saluran pemasaran 2 ada biaya transportasi sebagai biaya tambahan yang tidak ada pada petani saluran pemasaran 1. Hal ini terjadi karena petani sendiri yang mengantar langsung hasil produksi jeruk gerga ke pedagang pengumpul. Dengan volume jeruk gerga 20.000 kilogram per tahun, petani mengeluarkan biaya pemasaran yang lebih besar dibandingkan pedagang pengumpul. Hal ini terjadi karena biaya proses pascapanen yang melibatkan tenaga kerja dikeluarkan oleh petani, sedangkan pedagang pengumpul menerima bersih jeruk gerga dari petani yang siap dipasarkan.

Saluran pemasaran 3 merupakan saluran pemasaran jeruk gerga dengan rantai terpanjang. Saluran ini melibatkan petani, pedagang pengumpul, dan pengecer dalam daerah. Berikut Tabel 9. yang memuat rincian biaya pemasaran saluran pemasaran 3.

Tabel 9. Biaya Pemasaran Saluran Pemasaran 3

No.	Lembaga Pemasaran	Komponen Biaya	Jumlah Biaya (Rp/Th)	Jumlah Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1.	Petani	Biaya Tenaga Kerja	16.539.644	827	67,87
		Biaya Transportasi	2.274.124	114	9,33
		Biaya Penyusutan Alat	3.566.733	178	14,64
		Biaya Pengemasan	1.990.166	100	8,17
		Jumlah	24.370.666	1.219	100,00
		2.	Pedagang Pengumpul	Biaya Penyusutan Alat	201.429
Biaya Pengemasan	1.000.000			50	83,23
Jumlah	1.201.429			60	100,00
3.	Pedagang Pengecer	Biaya Transportasi	4.000.000	200	66,23

dalam Daerah	Biaya Penyusutan Alat	40.000	2	0,66
	Biaya Pengemasan	2.000.000	100	33,11
	Jumlah	6.040.000	302	100,00

Sumber: Data diolah, 2022.

Saluran pemasaran ketiga mengeluarkan total biaya pemasaran Rp31.612.095,00 dari seluruh pelaku dengan volume penjualan jeruk gerga 20.000 kilogram per tahun. Dalam hal ini, petani mengeluarkan biaya pemasaran terbanyak sebesar 77,09%, diikuti pengecer dalam daerah 19,11%, dan pedagang pengumpul 3,80%.

Saluran pemasaran 4 melihatkan petani yang langsung menyalurkan hasil produksi jeruk gerganya ke pedagang pengecer. Berikut rincian biaya pemasaran saluran pemasaran 4 yang disajikan dalam Tabel 10.

Tabel 10. Biaya Pemasaran Saluran Pemasaran 4

No.	Lembaga Pemasaran	Komponen Biaya	Jumlah Biaya (Rp/Th)	Jumlah Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1.	Petani	Biaya Tenaga Kerja	2.480.947	827	82,26
		Biaya Penyusutan Alat	535.010	178	17,74
		Jumlah	3.015.956	1.005	100,00

Tabel 10. (Lanjutan)

No.	Lembaga Pemasaran	Komponen Biaya	Jumlah Biaya (Rp/Th)	Jumlah Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
2.	Pengecer	Biaya Transportasi	660.000	220	48,65
		Biaya Penyusutan Alat	51.667	17	3,81
		Biaya Pengemasan	645.000	215	47,54
		Jumlah	1.356.667	452	100,00

Sumber: Data diolah, 2022.

Pada saluran pemasaran 4, total biaya pemasaran yang dikeluarkan adalah Rp4.372.623,00 per tahun. Angka tersebut terbagi ke petani sebesar 68,97% dan pedagang pengecer sebesar 31,03%. Dengan volume 3.000 kilogram jeruk gerga per tahun, petani lebih banyak mengeluarkan biaya pemasaran dibandingkan pedagang pengecer.

Pada saluran pemasaran 5, petani menjual langsung hasil panennya ke konsumen. Saluran ini merupakan saluran agrowisata jeruk gerga. Konsepnya para pembeli berkunjung melihat kebun jeruk gerga dan memetik langsung jeruk gerga dari pohonnya. Berikut biaya pemasaran yang disajikan dalam Tabel 11.

Tabel 11. Biaya Pemasaran Saluran Pemasaran 5

No.	Lembaga Pemasaran	Komponen Biaya	Jumlah Biaya (Rp/Th)	Jumlah Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1.	Petani	Biaya Tenaga Kerja	9.923.786	827	74,85
		Penyusutan Alat	2.140.040	178	16,14
		Biaya Pengemasan	1.194.100	100	9,01
		Jumlah	13.257.925	1.105	100,00
2.	Konsumen	-	-	-	-

Sumber: Data diolah, 2022.

Saluran pemasaran 5 hanya terdapat 1 lembaga pemasaran yang terlibat, yaitu petani. Dalam hal ini, petani berperan sebagai produsen sekaligus distributor yang menyalurkan jeruk gerga langsung ke tangan konsumen. Dengan volume jeruk gerga sebesar 12.000 kilogram per tahun, petani mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp1.105,00/kg.

### Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran. Banyaknya lembaga pemasaran pada tiap saluran pemasaran akan mempengaruhi keuntungan yang didapat tiap lembaga. Selanjutnya, keuntungan tersebut juga akan mempengaruhi keuntungan total saluran. Tabel 12. dibawah ini memuat rincian keuntungan lembaga pemasaran pada seluruh saluran pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan.

Tabel 12. Keuntungan Pemasaran pada Tingkat Lembaga Pemasaran Setiap Saluran Pemasaran

No.	Lembaga Pemasaran	Uraian	Nilai (Rp)
1.	Pedagang Besar	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	10.000
		Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	1.219
		Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	8.781
		Jumlah Keuntungan Pemasaran (Rp/Th)	105.371.429
2.	Pedagang Pengumpul	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	6.000
		Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	1.210
		Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	4.790
		Jumlah Keuntungan Pemasaran (Rp/Th)	95.798.571
3.	Pedagang Pengumpul	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	3.000
		Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	60
		Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	2.940
		Jumlah Keuntungan Pemasaran (Rp/Th)	58.798.571
	Pedagang Pengecer	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	5.000

	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	302
	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	4.698
	Jumlah Keuntungan Pemasaran (Rp/Th)	93.960.000
4. Pedagang Pengecer	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	7.500
	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	452
	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	7.048
	Jumlah Keuntungan Pemasaran (Rp/Th)	21.143.333
5. Petani	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	10.100
	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	1.105
	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	8.995
	Jumlah Keuntungan Pemasaran (Rp/Th)	107.942.075

Sumber: Data diolah, 2022.

Jumlah keuntungan pemasaran dari seluruh lembaga pemasaran semua saluran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan adalah Rp483.013.090,00 per tahun. Angka ini terbagi ke keuntungan pedagang besar saluran pemasaran 1 sebesar 21,82%, pedagang pengumpul saluran pemasaran 2 sebesar 19,83%, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer pada saluran pemasaran 3 masing-masing 12,17% dan 19,45%, pedagang pengecer pada saluran pemasaran 4 yaitu 4,38%, serta petani pada saluran pemasaran 5 yaitu 22,35%.

Dari seluruh lembaga pemasaran semua saluran, petani yang menjual langsung hasil panennya ke konsumen adalah yang paling unggul dalam segi keuntungan penjualan jeruk gerga per kilogram, yaitu Rp8.995,00/kg. Hal ini wajar karena tidak ada perantara lain agar jeruk gerga sampai ke tangan konsumen. Selanjutnya, pedagang pengumpul pada saluran pemasaran 3 mendapatkan keuntungan yang paling rendah dalam menjualkan satu kilogram jeruk gerganya, yaitu Rp2.940,00/kg. Padahal pedagang pengumpul saluran ini mengeluarkan biaya pemasaran yang paling sedikit. Akan tetapi, margin pemasaran yang diambil oleh pedagang pengumpul juga rendah.

### ***Farmer's Share dan Trader's Share***

*Farmer's share* melihat nilai persentase harga jual petani dibandingkan dengan harga yang dibayar konsumen. Harga yang diterima petani semakin kecil jika margin pemasarannya semakin tinggi (Januwia dkk., 2014). Artinya saluran pemasaran tersebut inefisien, begitupun sebaliknya. Bagian yang diterima petani akan menunjukkan merata tidaknya pembagian hasil oleh para lembaga pemasaran (Arbi dkk., 2018). Besarnya bagian yang diterima petani di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara dari saluran pemasaran 1 hingga 5 dapat dilihat pada Tabel 13. di bawah ini.

Tabel 13. *Farmer's Share* pada Setiap Saluran Pemasaran

No.	Saluran Pemasaran	<i>Farmer's share</i> (%)	Margin Pemasaran (%)	Keterangan
1.	Saluran Pemasaran 1	60,00	40,00	Efisien
2.	Saluran Pemasaran 2	43,75	56,25	Inefisien
3.	Saluran Pemasaran 3	46,67	53,33	Inefisien
4.	Saluran Pemasaran 4	62,50	37,50	Efisien
5.	Saluran Pemasaran 5	55,11	44,89	Efisien

Sumber: Data diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 13. dapat dilihat bahwa saluran pemasaran 1, saluran pemasaran 4, dan saluran pemasaran 5 mempunyai persentase *farmer's share* >50% dan margin pemasaran <50% yang berarti efisien. Bagian yang diterima petani pada saluran pemasaran 2 dan 3 <50% dan margin pemasarannya >50% yang artinya inefisien.

Saluran pemasaran 1 memiliki *farmer's share* 60,00% dan margin pemasaran 40,00%, saluran pemasaran 2 memiliki *farmer's share* 43,75% dan margin pemasaran 56,25%, saluran pemasaran 3 memiliki *farmer's share* 46,67% dan margin pemasaran 53,33%, saluran pemasaran 4 memiliki *farmer's share* 62,50% dan margin pemasaran 37,50%, serta petani pada saluran pemasaran 5 menerima bagian sebesar 55,11% dengan margin pemasaran 44,89%. Dari hasil tersebut, saluran pemasaran 4 merupakan saluran pemasaran yang paling tinggi tingkat efisiensinya, sedangkan saluran pemasaran 2 adalah saluran pemasaran dengan tingkat efisiensi terendah.

*Trader's share* adalah perbandingan antara harga produk pada pedagang dengan harga pada konsumen. Bagian yang diterima setiap lembaga pemasaran akan terlihat melalui *trader's share*. Berikut *trader's share* setiap lembaga pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam.

Tabel 14. *Trader's share* Lembaga Pemasaran

No.	Lembaga Pemasaran	<i>Trader's share</i> (%)
1.	Pedagang Besar Saluran 1	100,00
2.	Pedagang Pengumpul Saluran 2	62,50
3.	Pedagang Pengecer luar Daerah Saluran 1	100,00
4.	Pedagang Pengumpul Saluran 3	80,00
5.	Pedagang Pengecer dalam daerah Saluran 3	100,00
6.	Pedagang Pengecer Saluran 4	100,00
7.	Petani Saluran 5	100,00

Sumber: Data diolah, 2022.

Dari Tabel 14. dilihat bahwa bagian yang diterima pedagang pengumpul pada saluran pemasaran 2 dan saluran pemasaran 3 masing-masing 62,50% dan 80%. Sedangkan pedagang besar saluran pemasaran 1, pengecer luar daerah saluran

pemasaran 2, pengecer dalam daerah saluran pemasaran 3 dan 4, serta petani pada saluran pemasaran 5 mempunyai *trader's share* 100% karena para pelaku ini langsung memasarkan jeruk gerga ke konsumen.

### KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara mengenai saluran pemasaran jeruk gerga dapat ditarik kesimpulan bahwa saluran pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara terdiri dari 5 saluran. Petani yang memilih saluran 4 sebesar 30%, saluran 1-5 sebesar 3,33%, saluran 4-5 sebesar 10%, saluran 1-4-5 sebesar 3,33%, saluran 2-3-4 sebesar 33,33%, serta saluran 1-2-3-4 sebesar 20% dari total 30 petani sampel. Setiap saluran mempunyai margin, biaya, dan keuntungan pemasaran yang berbeda. Margin terbesar adalah saluran pemasaran 5 yaitu Rp10.100,00/Kg, biaya pemasaran terbesar adalah saluran pemasaran 2 yaitu Rp2.429,00/Kg, serta keuntungan terbesar adalah saluran pemasaran 5 yaitu Rp8.995,00/Kg. Dari seluruh saluran pemasaran yang ada, saluran pemasaran 4 merupakan yang paling efisien. Hal ini dilihat dari *farmer's share* sebesar 62,50% dan persentase margin pemasaran sebesar 37,50%. Diharapkan petani dapat menentukan saluran pemasaran yang lebih baik bagi usahatannya, petani dan lembaga pemasaran dapat menekan pengeluaran biaya pemasaran agar keuntungan meningkat, petani memilih saluran pemasaran yang lebih pendek agar bagian yang diterima petani meningkat, serta pemerintah khususnya Dinas Pertanian Kota Pagar Alam diharapkan rutin memberikan penyuluhan kepada para petani jeruk gerga mengingat buah ini merupakan salah satu komoditas unggulan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alsa, Asmadi. 2004. Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arbi, M., Thirtawati, dan Yulian Junaidi. 2018. Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. Jsep.Vol 11, No. 1.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Produksi Buah-buahan di Sumatera Selatan. Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan.
- Diwalga, Ferdi. 2020. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Usahatani Jeruk Siam (*Citrus Nobilis Tour*) di Desa Arisan Gading Kecamatan Indralaya Selatan Kabupaten Ogan Ilir. Skripsi. Indralaya: Universitas Sriwijaya.

- Januwiata, K., Ketud Dunia, dan Luh Indrayani. 2014. Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol.4, No.1.
- Kotler dan Amstrong. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi Kedelapan. Erlangga. Jakarta.
- Nurfadilah, Andi Putrianisa. 2017. Analisis Rantai Pasok dan Rantai Nilai pada Jeruk Pamelu. Tesis. Universitas Hasanuddin: Makassar.
- Ziraluo, Y.P.B., dan Markus Duha. 2020. Diversity Study of Fruit Producer Plants in Nias Islands. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol.1, No.4.